

TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP TRONG BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG TỪ LÝ LUẬN ĐẾN THỰC TIỄN

Tạ Thị Thanh Huyền

Tóm tắt

Nâng cao trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong bảo vệ môi trường là tăng cường cam kết của doanh nghiệp đóng góp cho việc phát triển kinh tế bền vững, thông qua việc tuân thủ chuẩn mực về bảo vệ môi trường, theo cách có lợi cho cả doanh nghiệp cũng như phát triển chung của xã hội. Bài viết sử dụng nguồn số liệu thứ cấp từ các báo cáo tổng kết đã được công bố, sách, báo, tạp chí, Website và sử dụng các phương pháp như thống kê mô tả, so sánh, tổng hợp để phân tích thực trạng trách nhiệm xã hội, mức độ nhận biết và quan tâm về môi trường của doanh nghiệp, từ đó đề xuất giải pháp nhằm tăng cường trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong bảo vệ môi trường.

Từ khóa: Trách nhiệm xã hội, trách nhiệm môi trường, bảo vệ môi trường, lợi ích của doanh nghiệp.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITIES IN ENVIRONMENTAL PROTECTION: RATIONALE TO PRACTICE

Abstract

Enhancing corporate social responsibility in protecting the environment is to strengthen the commitment of businesses to contribute to sustainable economic development, through compliance with environmental protection standards. It benefits both businesses and social development. The article uses secondary data from published reports, books, newspapers, magazines, websites and uses methods of descriptive statistics, comparison and synthesis to analyze the situation of corporate social responsibility, level of awareness and concern about the environment of the enterprises, thereby proposing solutions to enhance corporate social responsibility in environmental protection.

Keywords: Social responsibility, environmental responsibility, environmental protection, business benefits.

JEL classification: F18; H32; P28; Q

1. Đặt vấn đề

Trước bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, sự thay đổi về hành vi, nhận thức của người tiêu dùng nói riêng và xã hội nói chung đã tạo ra cả áp lực và động lực mới cho doanh nghiệp thực hiện trách nhiệm xã hội trong công tác bảo vệ môi trường (BVMT). Nhiều doanh nghiệp đã đổi mới công nghệ sản xuất, quy trình sản xuất, phương thức quản lý để đáp ứng các yêu cầu về bảo vệ môi trường. Tuy nhiên, các doanh nghiệp hiện nay đang gặp nhiều khó khăn, thách thức trong thực hiện trách nhiệm xã hội cũng như tuân thủ các quy định pháp luật về bảo vệ môi trường. Trong lĩnh vực môi trường, các doanh nghiệp chưa thấy rõ trách nhiệm của mình đối với các tác động tới môi trường và cuộc sống cộng đồng, chưa thực hiện tốt công tác kiểm soát ô nhiễm và xử lý, tái chế chất thải, tiết kiệm tài nguyên. Chính vì vậy, các doanh nghiệp cần phải có cách nhìn nhận và đánh giá phù hợp nhằm đưa ra các giải pháp phát huy vai trò của mình trong bảo vệ môi trường gắn với phát triển bền vững.

Đã có nhiều nghiên cứu về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, về lý luận, đã có nghiên cứu làm rõ nội dung trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và vai trò của nó đối với doanh nghiệp

Việt Nam (Lê Thanh Hà, 2011). Những nghiên cứu khác của Nguyễn Đình Tài (2010), Phạm Văn Đức (2010) trình bày cơ sở lý luận gắn với trách nhiệm xã hội và phát triển bền vững. Nghiên cứu của Lê Tuấn Bách, (2015), đã nhất mạnh tầm quan trọng của thực thi trách nhiệm xã hội, dựa trên mối tương quan giữa lợi ích doanh nghiệp và lợi ích xã hội.... Theo tác giả, những nghiên cứu thúc đẩy các doanh nghiệp Việt Nam thực hiện trách nhiệm xã hội của mình là rất cần thiết. Các nghiên cứu thực tiễn về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp thời gian vừa qua khá phong phú. Đặng Thị Hoa, Giáp Thị Huyền Trang (2016). Nghiên cứu vấn đề trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp: Trường hợp nghiên cứu điểm tại công ty TNHH Long Hà – Bắc Giang, từ đó khuyến nghị về giải pháp thúc đẩy và nâng cao chất lượng CSR tại các doanh nghiệp Việt Nam. Tác giả Châu Thị Lệ Duyên (2019), với rất nhiều các nghiên cứu về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp: Mối quan hệ với hiệu quả hoạt động ở các doanh nghiệp Nhìn chung, các nghiên cứu về CSR tại Việt Nam mới xuất hiện khoảng 15 năm trở lại đây tập trung vào khía cạnh đạo đức và từ thiện. Các nghiên cứu lý luận và thực tiễn đã bám sát với tình hình thực tế của Việt Nam, đã dựa trên cơ sở lý thuyết của các

nghiên cứu nước ngoài. Tuy nhiên, các nghiên cứu chưa phân tích theo đặc điểm của từng ngành, phạm vi còn hạn chế, chưa đề cập sâu đến trách nhiệm của doanh nghiệp đối với bảo vệ môi trường và phát triển kinh tế bền vững.

Về nội dung bài viết tập trung vào ba phần chính: (1) Trách nhiệm xã hội, lợi ích của doanh nghiệp trong bảo vệ môi trường; (2) phân tích thực trạng trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong bảo vệ môi trường ở Việt Nam, đánh giá mức độ nhận biết và quan tâm về môi trường của doanh nghiệp; (3) từ đó đề xuất giải pháp nhằm tăng cường trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong bảo vệ môi trường và phát triển kinh tế bền vững.

2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp thu thập số liệu: Kết quả bài viết chủ yếu sử dụng số liệu thứ cấp, số liệu được thu thập thông qua các báo cáo đã được công bố, sách, báo, tạp chí, website, các báo cáo tổng kết có liên quan. Số liệu điều tra từ các doanh nghiệp được tách từ bộ dữ liệu điều tra kết hợp với công bố PCI năm 2016 của Phòng Thương Mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) kết hợp với Cơ quan Phát triển Quốc tế Hoa Kỳ (USAID). Hàng năm hai đơn vị này đã kết hợp điều tra và thu thập thông tin từ trên 8.000 doanh nghiệp dân doanh, trên 2.000 doanh nghiệp thành lập mới tại 63 tỉnh, thành phố; trên 1.500 doanh nghiệp FDI từ 20 tỉnh thành phố có số doanh nghiệp FDI nhiều nhất tại Việt Nam. Bộ dữ liệu được điều tra từ bảng hỏi với 160 câu hỏi, trong đó có trên 20 câu hỏi liên quan đến trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với bảo vệ môi trường.

Phương pháp xử lý và phân tích số liệu: Bài viết sử dụng phương pháp phân tích tổng hợp từ các công trình nghiên cứu, các sách, báo và các tạp chí đã công bố, đã sử dụng phương pháp thống kê mô tả, phương pháp so sánh nhằm đánh giá, so sánh trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp theo loại hình doanh nghiệp đối với các vấn đề về môi trường mà doanh nghiệp gây ra cho cộng đồng, từ đó đánh giá và đề xuất giải pháp cho vấn đề nghiên cứu.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Trách nhiệm xã hội, lợi ích của doanh nghiệp trong bảo vệ môi trường

Đã có nhiều cách định nghĩa của các học giả khác nhau về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (Corporate Social Responsibility, viết tắt là CSR), theo nhóm phát triển kinh tế tư nhân của ngân hàng thế giới (WB), “CRS là sự cam kết của doanh nghiệp đóng góp cho việc phát triển kinh tế bền vững, thông qua những việc làm

nâng cao chất lượng đời sống của người lao động và các thành viên trong gia đình họ; cho cộng đồng và toàn xã hội, theo cách có lợi cho cả doanh nghiệp cũng như phát triển chung của xã hội” (Trần Anh Phương, 2009), Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay, nội hàm phản ánh của CSR về cơ bản đều có điểm chung là, bên cạnh những lợi ích phát triển riêng của từng doanh nghiệp phù hợp với pháp luật hiện hành thì đều phải gắn kết với lợi ích phát triển chung của cộng đồng xã hội. CSR phản ánh qua các nội dung: trách nhiệm của doanh nghiệp với thị trường, người tiêu dùng; trách nhiệm với bảo vệ môi trường; trách nhiệm với người lao động; trách nhiệm với cộng đồng. Tuy nhiên, trong bài viết này tác giả đề cập sâu về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với bảo vệ môi trường.

Trách nhiệm môi trường (environmental responsibility) là một phần trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, đây là một khái niệm tương đối mới, nó xuất hiện cùng với đạo đức môi trường và là nội dung căn bản của đạo đức môi trường. Về mặt thời gian, trách nhiệm môi trường xuất hiện khi con người bắt đầu ý thức được rằng những hành vi, hoạt động của mình đang tác động hủy hoại đến môi trường, đe dọa sự sống của con người. Về mặt học thuật, trách nhiệm môi trường với tư cách nội dung cốt lõi của đạo đức môi trường. Theo đó, sự tốt xấu về mặt môi trường phụ thuộc vào hậu quả của hành vi đó đối với con người. Vì vậy, việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với môi trường cũng chính là doanh nghiệp tự bảo vệ lợi ích của mình, lợi ích của cộng đồng và của các thế hệ tương lai.

Việc doanh nghiệp thực hiện trách nhiệm xã hội trong bảo vệ môi trường (BVMT) sẽ mang lại những lợi ích cho doanh nghiệp. Khi tham gia vào quá trình thực thi các quy định về chuẩn mực BVMT hay thực hiện trách nhiệm xã hội thì doanh nghiệp sẽ đạt những lợi ích: Nâng cao hình ảnh và thương hiệu của doanh nghiệp. Cùng với sự nâng cao nhận thức của xã hội, người tiêu dùng về tầm quan trọng và ý nghĩa của BVMT, doanh nghiệp tham gia đầu tư vào BVMT sẽ góp phần tạo sự tin tưởng của xã hội và người tiêu dùng đối với chính doanh nghiệp và với những sản phẩm của doanh nghiệp làm ra. Do vậy, hình ảnh và thương hiệu của doanh nghiệp sẽ được nâng lên, thị trường tiêu thụ các sản phẩm sẽ bền vững.

Tạo cơ hội cho doanh nghiệp tham gia sâu vào chuỗi cung ứng toàn cầu trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế. Trong những năm qua, các điều khoản cam kết về môi trường trong các

Hiệp định thương mại song phương và đa phương đã là một phần không thể thiếu trong các cam kết hội nhập. Do vậy, khi doanh nghiệp tham gia thực hiện trách nhiệm xã hội trong lĩnh vực BVMT sẽ góp phần tạo cơ hội cho các sản phẩm của doanh nghiệp đáp ứng được các tiêu chuẩn quốc tế.

Giảm thiểu chi phí và nâng cao hiệu quả sản xuất của doanh nghiệp. Các doanh nghiệp đầu tư, chuyển đổi công nghệ, quy trình sản xuất thân thiện với môi trường có thể sẽ làm tăng chi phí sản xuất trong thời gian đầu nhưng về lâu dài sẽ giảm chi phí sản xuất thông qua giảm sử dụng năng lượng, nguyên vật liệu và các chi phí liên quan đến pháp lý BVMT, chi phí khắc phục sự cố môi trường, tạo ra không gian làm việc hiệu quả cho người lao động. Mặt khác giúp doanh nghiệp cải thiện vị trí cạnh tranh trên thị trường, đặc biệt là trong xu thế ngày càng có nhiều nước thúc đẩy và triển khai các chương trình quốc gia về mua sắm và tiêu dùng xanh như hiện nay.

Ngoài ra, từ việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với BVMT không chỉ mang lại lợi ích cho chính doanh nghiệp mà còn mang lại lợi ích cho các bên liên quan như người lao động, khách hàng và cộng đồng: (1) Đối với người lao động, tiêu chuẩn đánh giá việc thực hiện trách nhiệm xã hội đối với người lao động bao gồm trả lương xứng đáng, không phân biệt đối xử, chính sách đãi ngộ và đào tạo tốt, và có điều kiện làm việc chấp nhận được. Khi doanh nghiệp đáp ứng được các yêu cầu này cũng đồng nghĩa với việc tạo ra được một đội ngũ nhận sự gắn bó, yêu thích công việc, tự hào về hình ảnh của doanh nghiệp và quyết tâm làm việc vì lợi ích chung của doanh nghiệp. Lợi ích đạt được ở đây rõ ràng ngoài năng suất nâng lên rõ rệt còn có một văn hóa gắn kết tại doanh nghiệp; (2) Đối với khách hàng, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp thể hiện ở việc bán sản phẩm thỏa mãn tốt nhu cầu, giá cả phải chăng, giao hàng đúng hẹn và an toàn cho sử dụng. Thực tế cho thấy, nếu sản phẩm đáp ứng tốt nhu cầu của người tiêu dùng, hình ảnh về sản phẩm và doanh nghiệp sẽ lưu giữ trong tâm trí người tiêu dùng. Khi đã xây dựng được thương hiệu và niềm tin của người tiêu dùng thì việc kinh doanh trở nên thuận lợi hơn rất nhiều; (3) Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với cộng đồng, đối với cộng đồng nói chung, nhiệm vụ trước hết là bảo vệ môi trường chính là bảo vệ sức khỏe của cộng đồng và sau đó là làm từ thiện. Khi doanh nghiệp thực hiện tốt trách nhiệm xã hội của mình sẽ đem lại rất

nhiều lợi ích cho chính doanh nghiệp và cho các bên liên quan.

3.2. Thực trạng trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong bảo vệ môi trường ở Việt Nam

Trong những năm gần đây trách nhiệm xã hội đã được áp dụng rộng rãi trong tất cả các doanh nghiệp nhưng việc thực hiện trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp lại chưa được quan tâm nhiều và còn bỏ ngỏ ở nhiều mảng. Để giảm chi phí sản xuất, tăng lợi nhuận và tránh một khoản chi phí lớn để xử lý chất thải trước khi thải ra môi trường, nhiều doanh nghiệp đã không ngần ngại sử dụng nhiều cách thức xả thải ra môi trường, qua mặt các cơ quan chức năng. Thực tế hiện nay, vẫn còn tồn tại một số lượng lớn cơ sở gây ô nhiễm môi trường nghiêm trọng. Trên phạm vi cả nước có 44/439 cơ sở gây ô nhiễm môi trường nghiêm trọng theo Quyết định số 64/2003/QĐ-TTg chưa hoàn thành biện pháp xử lý ô nhiễm triệt để, gây ô nhiễm môi trường nghiêm trọng kéo dài; 268/435 cơ sở gây ô nhiễm môi trường nghiêm trọng theo Quyết định số 1788/QĐ-TTg đang triển khai xử lý ô nhiễm, trong đó có 136 cơ sở chậm tiến độ. Tỷ lệ các cơ sở sản xuất, kinh doanh, dịch vụ xả nước thải, khí thải không đạt quy chuẩn cho phép ra môi trường năm 2018 là 21,9% và nhiều khu, cụm công nghiệp, làng nghề chưa được đầu tư xây dựng hạ tầng BVMT, gây ô nhiễm môi trường. Hiện cả nước có 283 khu công nghiệp đang hoạt động, trong đó mới chỉ có 228 khu công nghiệp đã hoàn thành việc xây dựng hệ thống xử lý nước thải tập trung, đạt tỷ lệ 80%; 615 cụm công nghiệp đang hoạt động nhưng chỉ có khoảng hơn 5% đầu tư xây dựng hệ thống xử lý nước thải tập trung. Các khu công nghiệp, cụm công nghiệp còn lại tự xử lý nước thải hoặc xả trực tiếp ra môi trường, dẫn đến nước thải không đạt yêu cầu quy chuẩn Việt Nam (Bộ TN&MT, 2019).

Theo báo cáo tổng kết của Bộ Tài nguyên và Môi trường năm 2018, mỗi ngày cả nước phát sinh hơn 3 triệu m³ nước thải sinh hoạt, 550.000 m³ nước thải công nghiệp, 125.000 m³ nước thải y tế. Hằng năm phát sinh hơn 23 triệu tấn rác thải sinh hoạt, hơn 7 triệu tấn chất thải rắn công nghiệp, hơn 630.000 tấn chất thải công nghiệp nguy hại, hơn 17.000 tấn chất thải y tế nguy hại. Mỗi năm sử dụng hơn 100.000 tấn hóa chất bảo vệ thực vật, trong đó có 80% sử dụng sai mục đích, không đúng kỹ thuật, 50% - 70% không được cây trồng hấp thụ, thải ra môi trường; phát sinh 76 triệu tấn rơm rạ, 85 - 90 triệu tấn chất thải chăn nuôi, 80 triệu tấn khí thải (Nguyễn Thế Trung, 2019). Những hệ quả về ô nhiễm môi

trường đã và đang đặt ra rất nhiều thách thức cho thực hiện phát triển bền vững ở Việt Nam. Trên thực tế đã xảy ra các sự cố môi trường, các điểm nóng ô nhiễm môi trường gây bức xúc trong dư luận; nước thải sinh hoạt ở hầu hết các đô thị, khu dân cư chưa được xử lý; rác thải sinh hoạt, chất thải công nghiệp chưa được quản lý tốt, gây ô nhiễm môi trường; diện tích các hệ sinh thái tự nhiên giảm mạnh, đa dạng sinh học tiếp tục bị suy thoái nhanh.

Mặc dù, các vấn đề ô nhiễm môi trường đang ngày càng gia tăng và diễn ra trên diện rộng ở nhiều lĩnh vực nhưng thực tiễn cho thấy các nguồn lực để giải quyết các vấn đề môi trường cấp bách vẫn còn rất hạn chế. Hiện nay, các nguồn lực chính cho BVMT chủ yếu dựa vào các nguồn đầu tư từ ngân sách nhà nước như nguồn ngân sách cho sự nghiệp môi trường; nguồn đầu tư phát triển; nguồn đầu tư tài chính cho chương trình mục tiêu quốc gia và một số đề án lớn về BVMT. Việc tăng cường đầu tư của nhà nước cho BVMT đã có những chuyển biến, song vẫn còn hạn chế chưa thể giải quyết triệt để các vấn đề môi trường bức xúc hiện nay. Bên cạnh đó vẫn còn tồn tại một số vấn đề trong phân bổ và sử dụng nguồn đầu tư từ ngân sách nhà nước cho BVMT như chưa có ràng buộc, ưu tiên, bố trí chi từ nguồn đầu tư phát triển; tình trạng sử dụng nguồn ngân sách sự nghiệp BVMT chưa đúng mục đích còn xảy ra ở cả trung ương và địa phương.

Đánh giá mức độ nhận biết và quan tâm về môi trường của doanh nghiệp, theo kết quả điều tra của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) năm 2016, đa số các doanh nghiệp hầu như không lo ngại về ô nhiễm môi trường (ÔNMT) tại địa phương mình đang hoạt động... Khoảng 46% doanh nghiệp cả trong và ngoài nước đều cho rằng, mức độ ÔNMT hiện tại có thể chấp nhận được. Chỉ rất ít khoảng 7% doanh nghiệp tin rằng, ÔNMT đã thực sự nghiêm trọng; 28,1% doanh nghiệp trong nước và 25,7% doanh nghiệp FDI cho rằng, môi trường tại địa phương hiện tại hơi ô nhiễm hoặc không ô nhiễm.

Tìm hiểu về tình trạng ÔNMT ảnh hưởng tới hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp, kết quả điều tra cho thấy: 32,4% doanh nghiệp trong nước và 27,5 doanh nghiệp FDI cho rằng, ÔNMT không gây ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất của họ. Tuy nhiên, 35% các doanh nghiệp cho rằng, ÔNMT đang ảnh hưởng khá nhiều hoặc rất nhiều (9,3%) tới hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp.

Câu hỏi đặt ra là doanh nghiệp trong lĩnh vực nào lo ngại về hiệu quả kinh tế khi môi

trường bị ô nhiễm. Theo kết quả điều tra, số lượng các doanh nghiệp chia sẻ về khả năng bị ảnh hưởng tiêu cực là khá thấp. Có 11% doanh nghiệp FDI và 14% doanh nghiệp dân doanh trong lĩnh vực chế tạo tin rằng tình hình ÔNMT nghiêm trọng và gây tổn hại tới hoạt động của họ; từ 20% đến 30% doanh nghiệp trong các lĩnh vực khác bày tỏ sự lo ngại tương tự và các doanh nghiệp FDI tỏ ra lo ngại hơn nhiều so với các doanh nghiệp trong nước.

Mặt khác, cũng có thể nhận thấy tương đối rõ một số khác biệt giữa các vùng miền. Trước hết là sự khác biệt giữa khu vực thành thị và nông thôn. Doanh nghiệp ở Hà Nội, ở những tỉnh giáp với Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh bày tỏ quan tâm nhiều nhất về thiệt hại do ÔNMT gây ra. Do tâm chấn của cuộc khủng hoảng Formosa, các tỉnh Hà Tĩnh, Thanh Hóa, Quảng Trị, Quảng Bình, đều bày tỏ sự lo ngại lớn đối với vấn đề ô nhiễm môi trường.

Có thể thấy, sự khác biệt giữa câu trả lời trên liên quan đến định hướng thị trường. Hầu hết, các doanh nghiệp FDI tham gia lĩnh vực chế tạo đều có định hướng xuất khẩu, với mục tiêu bán sản phẩm ra thị trường nước ngoài. Vấn đề ÔNMT ở Việt Nam có ảnh hưởng rất ít đến sản lượng tiêu thụ ở nước ngoài. Trong khi đó, các doanh nghiệp cung cấp các ngành dịch vụ, bán lẻ, xây dựng, tài chính đều hướng đến thị trường trong nước. Thành công của những doanh nghiệp này phụ thuộc chủ yếu vào mức độ hài lòng và sức khỏe của người tiêu dùng Việt Nam cũng như khách du lịch nước ngoài, đặc biệt là lĩnh vực kinh doanh khách sạn và du lịch. ÔNMT sẽ gây ảnh hưởng mạnh đến các hoạt động của họ do chất lượng dịch vụ cung cấp bị giảm, dẫn đến việc giảm lượng khách hàng.

Việc thực thi các quy định về môi trường, hiện có khoảng 87% doanh nghiệp có vốn đầu tư trong và ngoài nước cho rằng, họ ít nhiều biết tới các quy định môi trường áp dụng đối với doanh nghiệp của họ. Tuy nhiên, có sự khác biệt đáng kể về mức độ nhận thức. Gần 50% doanh nghiệp FDI cho rằng họ biết rất rõ về các quy định môi trường, trong khi chỉ có 30% các doanh nghiệp dân doanh trong nước nắm rõ các quy định này. Điều này cho thấy, hiểu biết pháp lý và tuân thủ các quy định pháp luật về BVMT trong các doanh nghiệp trong nước còn nhiều hạn chế.

Khảo sát mức độ tuân thủ hiện tại của doanh nghiệp về các quy định môi trường cho thấy, 38% các doanh nghiệp FDI và 44% các doanh nghiệp trong nước đã thừa nhận rằng, họ chưa tuân thủ đầy đủ, hoặc thậm chí không tuân thủ các điều

khoản về môi trường. Giải thích về vấn đề này, cả doanh nghiệp trong nước và nước ngoài đều cho rằng, quy mô của họ quá nhỏ để có thể tác động tiêu cực đến môi trường; các quy định về môi trường quá rườm rà và chi phí để thực hiện tuân thủ chúng quá cao (Hoàng Oanh, 2017).

Mặt khác, khoảng 50% các doanh nghiệp đều tin rằng BVMT là vấn đề quan trọng và sẵn sàng trả một mức chi phí hợp lý cho các hoạt động cụ thể, cũng như áp dụng thêm các quy định pháp luật để tránh ô nhiễm, đặc biệt là các doanh nghiệp nông nghiệp, thủy sản, tài chính và dịch vụ. Bên cạnh đó, hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp chế tạo cũng chịu nhiều thiệt hại do ÔNMT. Kết quả điều tra PCI cũng thấy, một số lượng lớn các doanh nghiệp đã nỗ lực phòng chống ÔNMT thông qua việc áp dụng các quy chế nội bộ và các chương trình đào tạo, tập huấn cho người lao động về BVMT, mặc dù biết rằng việc làm này sẽ làm tăng chi phí của doanh nghiệp. Đã có 75% doanh nghiệp FDI và 73% doanh nghiệp dân doanh hiện đang áp dụng các “chính sách xanh” như giảm thiểu ô nhiễm bằng cách sử dụng nguyên liệu và năng lượng tiết kiệm (Nguyễn Minh Phong, Nguyễn Trần Minh Trí, 2018).

Sau sự cố môi trường Formosa, các doanh nghiệp dường như đồng tình cao hơn và chấp nhận nghĩa vụ thực thi các quy định về môi trường mà chính quyền địa phương tiến hành, dù điều đó có thể sẽ gia tăng gánh nặng chi phí và trách nhiệm cho doanh nghiệp. Đồng thời, các doanh nghiệp cho rằng chính các doanh nghiệp phải có trách nhiệm BVMT dù việc này làm tăng chi phí của doanh nghiệp.

3.3. Kiến nghị các giải pháp nhằm tăng cường trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong bảo vệ môi trường

Để tăng cường trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong BVMT gắn với mục tiêu phát triển bền vững đất nước, tác giả đề xuất một số nhóm giải pháp sau:

Nâng cao nhận thức của doanh nghiệp, trong xu thế toàn cầu hóa, một trong những vấn đề mà chính các doanh nghiệp của những nước đang phát triển hay gặp phải trong việc đẩy mạnh xuất khẩu, thâm nhập vào thị trường quốc tế là việc thiếu thông tin. Để khắc phục tình trạng này, trước hết, công ty cần kịp thời cập nhật các quy định pháp luật môi trường trong nước để nắm bắt được những quy định về thuế, phí môi trường; quy định về xử phạt vi phạm hành chính... Đồng thời phải chủ động tìm hiểu những quy định của pháp luật môi trường quốc tế như thông tin về

tiêu chuẩn và các biện pháp về sức khỏe hay kiểm dịch được áp dụng đối với sản phẩm xuất khẩu tại các thị trường trọng điểm.

Về công tác đánh giá tác động môi trường, hầu như các doanh nghiệp đều thuê dịch vụ tư vấn lập báo cáo vì vậy họ không hiểu tác động môi trường là gì, nội dung như thế nào, có trách nhiệm gì hay không. Do đó, doanh nghiệp cần nghiêm túc thực hiện báo cáo đánh giá tác động và cam kết bảo vệ môi trường khi có kế hoạch triển khai đầu tư dự án.

Trong quá trình sản xuất, kinh doanh có nhu cầu sử dụng nước hoặc các tài nguyên khác để sản xuất, phải làm thủ tục xin cấp phép và xả thải theo quy định của pháp luật.

Các doanh nghiệp cần đầu tư đổi mới công nghệ, áp dụng phương pháp sản xuất sạch để hướng tới sự phát triển bền vững. Áp dụng phương pháp sản xuất sạch không những hạn chế được ô nhiễm trong nước mà còn giảm được chi phí sản xuất, giá thành và nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm, bảo vệ môi trường.

Cần cải tiến nâng cao kỹ thuật của các trang thiết bị xử lý chất thải để, góp phần hạn chế tác nhân gây ô nhiễm môi trường; thay đổi công nghệ độc hại gây ô nhiễm môi trường bằng các công nghệ sạch, ít hoặc không gây ô nhiễm; thu hồi và tái sử dụng một số loại chất thải rắn đặc thù trong một số cơ sở sản xuất có nguy cơ gây ô nhiễm cao như cơ sở sản xuất thuốc lá, cơ sở dệt may...; hạn chế việc sử dụng nhiên liệu gây ô nhiễm trong sản xuất nhằm giảm đáng kể nguồn gây ô nhiễm.

Nâng cao năng lực tài chính của doanh nghiệp, các doanh nghiệp có thể đổi mới dây chuyền công nghệ nhằm tiết kiệm chi phí sản xuất, đồng thời tạo được chỗ đứng cho sản phẩm trên thị trường. Các doanh nghiệp cần có chiến lược kinh doanh cụ thể và hiệu quả, khai thác tối đa những tiềm lực vốn có của doanh nghiệp, tranh thủ tối đa nguồn vốn hỗ trợ từ Nhà nước. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần nghiên cứu các biện pháp khác nhằm nâng cao năng lực tài chính của mình qua đó có thêm kinh phí đầu tư cho việc bảo vệ môi trường.

Hoàn thiện bộ máy quản lý môi trường tại doanh nghiệp, các doanh nghiệp cần có kế hoạch đào tạo nguồn nhân lực có trình độ chuyên môn về môi trường nhằm áp dụng các quy định và quy chuẩn quốc gia và quốc tế của sản phẩm liên quan đến môi trường.

Các doanh nghiệp cần đầu tư xây dựng tổ chức quản lý môi trường trong doanh nghiệp, chuyên môn hóa cán bộ quản lý môi trường trong

doanh nghiệp. Theo đó, để xây dựng một tổ chức quản lý môi trường trong một doanh nghiệp hoạt động có hiệu quả, khâu quan trọng nhất đó là chuẩn bị nhân lực. Đó phải là những người am hiểu các hoạt động của công ty, am hiểu về kỹ thuật cũng như các văn bản pháp luật, có năng lực khoa học công nghệ và môi trường, am hiểu về hệ thống tiêu chuẩn môi trường... Ngoài ra, họ cũng có khả năng vận hành các hệ thống xử lý, phân tích kiểm tra mức độ đảm bảo tiêu chuẩn môi trường của sản phẩm và chất thải, có khả năng đánh giá tác động môi trường trong suốt quy trình sản xuất của công ty; kế hoạch để thường xuyên tiếp cận kịp thời với các thông tin về thị trường liên quan đến yếu tố môi trường của sản phẩm.

Giải pháp quản lý nhà nước đối với doanh nghiệp nhằm BVMT, cần tăng cường tuyên truyền, phổ biến để nâng cao nhận thức, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong công tác BVMT gắn với phát triển bền vững. Trong nền kinh tế thị trường, doanh nghiệp và người dân là những chủ thể tạo ra sản phẩm và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Chính vì vậy, cần phải đẩy mạnh hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường trong quản lý tài nguyên, BVMT để tạo ra động lực khuyến khích doanh nghiệp chủ động tham gia BVMT dựa trên các nguyên tắc của thị trường.

Nghiên cứu thiết lập các công cụ kinh tế và cơ chế tài chính đột phá nhằm huy động các nguồn lực xã hội hóa cho BVMT. Muốn vậy cần phải vận dụng các nguyên tắc căn bản của thị trường trong quản lý môi trường như người “gây ô nhiễm phải trả tiền-PPP”, “người hưởng lợi từ môi trường phải trả tiền-BPP”, vận dụng linh hoạt các công cụ kinh tế phù hợp với thực tiễn Việt Nam như các loại thuế, phí, đặt cọc hoàn

trả, quyền phát thải và mua bán phát thải theo hạn ngạch cho BVMT để điều chỉnh hành vi của doanh nghiệp.

Rà soát, chỉnh sửa và bổ sung nhằm tăng cường tính hiệu lực, hiệu quả và tính thực thi của các quy định pháp luật về BVMT đối với doanh nghiệp. Hoàn thiện tổ chức bộ máy quản lý nhà nước về môi trường từ trung ương tới địa phương, tăng cường phối hợp giữa các Bộ, ngành và địa phương trong việc thanh tra, kiểm tra và xử lý kịp thời các vi phạm về môi trường trong các doanh nghiệp, tăng vai trò giám sát và phối hợp của người dân và các cơ quan quản lý địa phương đối với doanh nghiệp trong công tác bảo vệ môi trường.

4. Kết luận

Nâng cao trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp với bảo vệ môi trường nhằm tăng cường cam kết của doanh nghiệp cho phát triển kinh tế bền vững, thông qua việc tuân thủ chuẩn mực về bảo vệ môi trường, theo cách có lợi cho cả doanh nghiệp cũng như phát triển chung của xã hội là một quá trình lâu dài, đòi hỏi sự kiên trì, bền bỉ và không kém phần quyết liệt nhằm khẳng định các giá trị chuẩn quốc gia, hình thành môi trường kinh doanh thượng tôn pháp luật, đề cao đạo đức kinh doanh, trách nhiệm xã hội, cạnh tranh lành mạnh trong cộng đồng doanh nghiệp. Bài viết đã phân tích, đánh giá được những vấn đề lý luận và thực tiễn về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong bảo vệ môi trường, từ đó đề xuất được một số giải pháp nhằm nâng cao trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với vấn đề bảo vệ môi trường và phát triển bền vững giúp các doanh nghiệp nâng cao khả năng cạnh tranh, thâm nhập thị trường quốc tế và đảm bảo phát triển bền vững.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Bộ tài nguyên và Môi trường. (31/7/2019). *Công bố Báo cáo hiện trạng môi trường quốc gia năm 2018*, truy cập ngày 31/7/2019, từ <http://www.vea.gov.vn/vn/tintuc>.
- [2]. Lê Tuấn Bách. (2015). Cách thức để nhà nước điều tiết hiệu quả trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học An Giang*, 2015, số 1, tr 37 - 44
- [3]. Nguyễn Thế Chinh, Lại Văn Mạnh. (2017). Phát huy vai trò của doanh nghiệp trong bảo vệ môi trường và tăng trưởng xanh, Viện Chiến lược, Chính sách Tài nguyên và Môi trường. *Tạp chí Môi trường*, số 4/2017
- [4]. Châu Thị Lệ Duyên. (2019). Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp: Mối quan hệ với hiệu quả hoạt động ở các doanh nghiệp Đồng bằng sông Cửu Long, Việt nam. *Tạp chí Khoa học trường ĐH Cần Thơ*, 2019, tập 55, Số 1, tr. 88 – 100
- [5]. Phạm Văn Đức. (2010). Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp ở Việt Nam: Một số vấn đề lý luận và thực tiễn cấp bách. *Tạp chí Triết học*, 2010, số 2

- [6]. Lê Thanh Hà. (2011). Nâng cao vai trò của các bên liên quan trong việc thúc đẩy thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. *Tạp chí Lao động và xã hội*, 2011, số 401, tr. 22-23,25. -ISSN. 0868-3227
- [7]. Đặng Thị Hoa, Giáp Thị Huyền Trang. (2016). Vấn đề trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp: trường hợp nghiên cứu điển hình tại công ty TNHH Long Hà – Bắc Giang. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Lâm nghiệp*, 2016, số 1, tr 101 - 111
- [8]. Hoàng Oanh. (2017). Môi quan tâm của cộng đồng doanh nghiệp về các vấn đề môi trường. *Tạp chí Môi trường*, số 5/2017
- [9]. Trần Anh Phương. (2009). Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và thực tiễn vận dụng ở Việt Nam hiện nay. *Tạp chí Triết học*, 2009, số 8
- [10]. Nguyễn Đình Tài. (2010). Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và các vấn đề đặt ra hôm nay. *Tạp chí Kinh tế và dự báo*, 2010, số 2. tr. 8-10.
- [11]. Nguyễn Thế Trung. (14/8/2019). *Giải quyết vấn đề ô nhiễm môi trường hiện nay*, truy cập ngày 14/8/2019 từ <http://www.tapchiconsan.org.vn/Home/Tieu-diem/2019/55378/Giai-quyet-van-de-o-nhiem-moi-truong-hien-nay.aspx>

Thông tin tác giả:

1. Tạ Thị Thanh Huyền

- Đơn vị công tác: Trường ĐH Kinh tế & QTKD
- Địa chỉ email: thanhhuyen@tueba.edu.vn

Ngày nhận bài: 23/08/2019
Ngày nhận bản sửa: 13/9/2019
Ngày duyệt đăng: 25/9/2019